

证券代码：000999

证券简称：华润三九



华润三九医药股份有限公司

China Resources Sanjiu Medical & Pharmaceutical Co., Ltd.

## 投资者关系活动记录表

编号：2025-005

<b>投资者关系</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input type="checkbox"/> 业绩说明会
	<input type="checkbox"/> 新闻发布会	<input type="checkbox"/> 路演活动
	<input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信建投、中信证券、UBS、国泰海通证券、兴业证券、东吴证券、国盛证券、中金公司、国金证券、华创证券、国联民生证券、浙商证券、华源证券、华安证券等证券、投资机构分析师	
<b>时间</b>	2025年4月29日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心（电话会议）	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	财务总监兼董事会秘书 邢健先生	
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	公司于2025年4月29日和中信建投等券商联合举行2025年一季度业绩电话沟通会，就公司2025年一季度经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。 公司财务总监兼董事会秘书邢健先生向各位投资者介绍了公司经营情况。具体汇报内容如下：	

各位投资人大家好，面对复杂严峻的市场环境，公司以长远的目光和坚定的战略定力锚定发展航向，持续优化业务结构，夯实“稳”的根基，积蓄“进”的势能，基本实现平稳经营的发展态势。2025年一季度，公司实现营业收入68.54亿元，同比小幅调整，实现归母净利润12.70亿元，同样有小幅的调整。公司一季度未完成对天士力的合并报表，天士力并表影响主要在合并资产负债表，对一季度营收和利润无影响。公司经营活动产生的现金流量净额同比增长24.57%，继续保持稳健增长。

从业务线来看，在CHC业务方面，公司始终保持了稳定发展的态势，在去年流感等呼吸道疾病发病率高基数的情况下，一季度感冒品类终端情况弱于去年同期，公司一季度CHC业务包括感冒、胃肠及皮肤品类基本保持稳健发展，儿童用药与预期略有差异。公司首个中药3.2类新药999益气清肺颗粒于报告期内获批并正式发布，作为呼吸品类的重要补充，助力公司在呼吸感冒品类形成更有竞争壁垒的产品护城河，巩固核心竞争优势。处方药业务方面，一季度表现稳健，公司不断提升各产品线的学术价值和竞争力，业务实现稳中向好。国药业务方面，公司积极主动拥抱集采，同比相对稳健增长。

在行业整合方面，公司一季度完成天士力28%股份的收购事项。昆药方面，一季度同比有较大幅度的调整，主要因其渠道动能转换期，销售端面临阶段性承压，叠加全国中成药集采扩围续约尚未执行、零售药店终端整合、消费需求仍相对疲弱等多重因素影响。华润三九、天士力、昆药各具资源禀赋与核心能力，未来三家企业将在深化协同中构建差异化竞争优势，以实现在各自领域的定位和发展方向。华润三九会以CHC为核心业务，争做行业头部企业；天士力会以处方药为核心业务，争做中药创新药领导者和医疗端第一品牌；昆药集团会以三七产品和精品国药为核心业务，争做银发健康产业引领者。

整体上来看，2025年在医药行业承压的背景下，公司CHC业务表现相对稳健，短期会受到高基数影响；昆药有待进一步提升品牌和渠道的协同；天士力目前表现相对稳健，公司持续推进天士力的并购整合工作。

### 1. 公司一季度内生经营表现及全年经营趋势判断？

**答：**一季度流感和呼吸道疾病发病率同比去年有所降低，同时我们观察到1-2月中国实体药店零售规模同比小幅下降，在高基数的影响下公司今年一季度业绩有小幅调整；从核心业务CHC来看，是在合理的调整范围，感冒呼吸品类受到发病率的影响，皮肤、胃肠品类表现稳健，皮肤品类抓住市场机遇积极拓展新的优势。全年来看，CHC感冒、皮肤、胃肠、骨科等均有相应的市场机会，虽然连锁药店客流尚未得到完全恢复，但O2O行业增速较快，同时我们观察到消费者更加倾向于品牌产品，品牌工业企业具有较强的综合优势。除了受短期发病率影响外，大趋势上公司仍有望实现超越行业平均增长。在国药、处方药方面，面对政策的不确定性，公司已经逐步适应集采等政策变化，相信能在激烈的竞争中应对挑战、捕捉发展机遇。整体来看，公司预计2025年公司营业收入将实现双位数的增长，净利润将匹配营收增长水平。

### 2. 一季度分品类的情况，一季度库存的情况？

**答：**公司CHC业务已经进入全域布局多品类发展阶段，除核心三大品类，还包括儿科、骨科、肝胆、妇科等品类的不断拓展，向品类集群发展。一季度感冒品类受到的压力主要来源于短期的季节性因素。目前公司CHC整体的渠道库存在3个月左右，总体比较良性；澳诺、皮肤品类在一季度增长态势良好，接下来公司将围绕皮肤等品类进行旺季备货。其中儿童感冒药受到一定压力，公司在后续发展中有望利用优势抢占市场份额。从品类发展角度，公司将围绕丰富品类产品线的方向持续推动增长，999澳诺业务和达因药业合作成功引入维生素D滴剂，构建

钙 D 联合矩阵，助力儿科品类发展。

### 3. 公司如何展望今年呼吸品类产品销售预期？

答：从呼吸品类来看，公司密切关注发病率变化情况，目前来看与对全年市场判断基本一致，全年整体呼吸品类的目标没有变化。公司呼吸品类已经从大品种到大品牌，走向大品类发展，不断丰富新品。在品类发展的基础上，持续强化品类组合，如强力枇杷露、磷酸奥司他韦、藿香正气合剂等。

### 4. 公司处方药一季度整体表现及展望？

答：一季度处方药业务整体发展平稳向好，符合公司预期。其中配方颗粒（饮片）仍有部分政策尚未落地，公司会积极应对集采，推动成本领先型的战略转型，希望利用试点企业的先发优势，争取在竞争激烈的市场中保持相对领先的地位。中药注射剂经历集采等政策目前处于相对稳定的阶段。抗感染业务方面，积极推动创新业务，包括完成国谈的品种赛比普和复他舒，希望创新药能在处方药业务中占比逐步提升；传统抗感染产品公司积极应对集采，保持集采市场份额。总体上来看，处方药业务保持稳中向好。

### 5. 公司未来销售费用率预期？今年的分红预期和安排

答：销售费用率主要由销售模式决定，公司 CHC 业务、处方药业务包括集采品种和创新品种，均有不同的销售模式，共同决定销售费用率的情况。预计未来三九 CHC、“昆中药 1381”和“777”的零售部分，费用率会逐渐趋同；处方药业务随着集采推进销售费用率有逐步降低趋势。目前看三九整体费用率存在一定下降空间，未来将逐步趋于稳定。分红方面，公司积极落实“质量回报双提升”行动方案，目前分红率稳定在 50%左右。

6. 零售端整体行业承压，未来行业发展趋势如何？以及客观环境有所改变的背景下，我们对于院外市场如何应对？

答：公司持续关注行业变化，长期来看零售市场有缓慢上升趋势，短期内线下零售市场可

能受到一定影响，近年市场变化主要在医保支付政策以及线上业务发展，影响线下的客流和份额，长期来看线上+线下是逐步增长的趋势。华润三九愿景是“成为大众医药健康产业的引领者”，一直与商业渠道和连锁药店保持良好的生态合作伙伴关系，在行业阶段性承压的过程中，生态合作关系有利于公司在发展过程中拥有相对优势；同时在数字化发展过程中，消费者信息差逐步消失，品牌产品市占率有望逐步提升，公司也将更多去关注消费者对产品质量安全和对品牌的核心诉求，继续争做医药行业头部企业的目标，稳固行业地位。

**7. 公司一季度经营性现金流入的增速远高于收入增速，主要原因是什么？**

**答：**公司非常重视现金流管理，是公司一直坚持的理念。阶段性现金流增速可能会高于收入增速，主要由于 CHC 销售模式，在现阶段更需要与渠道和终端紧密合作实现公司在 CHC 领域的优势。同时，结合资金使用需要以及资金政策情况，公司在一季度做了一部分票据贴现，实现了一部分现金流收入。

**8. 鉴于目前线上购药趋势和基层诊疗客流的增加，华润三九将如何调整自己的销售体系以适应这一变化？**

**答：**“十四五”期间，随着消费习惯改变，线上营销已成为不可或缺的战略渠道，公司在“十四五”之初确立了相应的数字化战略，成立了智能与数字化中心，针对年轻消费群体的购药习惯，持续布局发展线上业务。经过这几年线上业务的布局，公司线上业务增长快速，“十四五”线上业务目标占比 10%，2024 年已达成目标，2025 年作为“十四五”的收官之年，公司线上占比有望持续提升。基层医疗方面，公司观察到药店客流和处方外流流向基层医疗的趋势，公司已建立相关业务团队进行相关业务探索 and 机会把握；并针对具体政策和市场演变开展了专项跟踪和研究。公司将不断研判和捕捉行业机会，并制定相应策略。

**9. 关注到公司经典名方品种陆续获批，公司目前对经典名方品种的市场开发情况，及中长期的战略布局与预期？**

**答：**经典名方是国家《“十四五”中医药发展规划》中医药传承创新发展方向之一，公司积极响应国家中医药发展规划，截至目前已经有 4 首经典名方获得了《药品注册证》，其中温经汤颗粒为该方剂国内首家获批中药经典名方，并成功通过 2024 年国家医保目录谈判，成为首个通过国谈的妇科经典名方。今年益气清肺颗粒获得批准，作为重感恢复期用药，针对于疫病恢复期综合症状治疗，填补重感康复用药空白。正在积极探索和打造经典名方的商业模式。工作思路包括两个方向，一是持续挖掘打造经典名方的临床价值，让经典名方在临床使用上更安全更有效；二是利用好华润三九品牌和渠道的优势，把经典名方的商业模式做好。

附件清单

(如有)

-

日期

2025/4/29